

## عنوان مقاله:

تاثیر کیفیت خدمات بر وفاداری و سهم مشتری در مراحل مختلف چرخه عمر رابطه مشتری (مطالعه موردی: بانک گردشگری شعبه تبریز)

## محل انتشار:

سومین کنفرانس بین المللی مدیریت و مهندسی صنایع (سال: 1396)

تعداد صفحات اصل مقاله: 23

## نویسندگان:

یوسف سامان آذری - دانشجوی کارشناسی ارشد گروه مدیریت اجرایی، واحد تبریز، دانشگاه آزاد اسلامی، تبریز، ایران

صمد عالی - استادیار گروه مدیریت بازرگانی، واحد تبریز، دانشگاه آزاد اسلامی، تبریز، ایران

## خلاصه مقاله:

کیفیت خدمات عبارت است از اندازه و جهت مغایرت ادراک مشتری از خدمت و انتظارات او. آرایه خدمات برتر از سوی سازمان به مشتریان منجر به رضایت مشتریان می شود که خود لازمه ایجاد وفاداری در مشتریان است، که در نتیجه حفظ مشتریان بنگاه سهم بازارش افزایش و نیز منجر به کاهش هزینه ها می شود. هدف اصلی تحقیق مزبور بررسی تاثیر کیفیت خدمات بر وفاداری مشتری و سهم مشتری در مراحل مختلف چرخه عمر رابطه مشتری در شعب 5 گانه بانک گردشگری شهرستان تبریز می باشد که نمونه 384 نفری از مشتریان آن انتخاب گردیده است. تحقیق حاضر از لحاظ هدف کاربردی است. از نظر دسته بندی پژوهش ها برحسب نحوه گردآوری داده ها از نوع پژوهش های توصیفی- پیمایشی محسوب می باشد. به منظور جمع آوری داده ها و اطلاعات پژوهش از پرسشنامه استفاده شده است. برای تجزیه و تحلیل داده ها از آمار توصیفی و استنباطی همانند میانگین، انحراف معیار و آزمون پیرسون و تحلیل مسیر استفاده گردید و از نرم افزار SPSSv22 و AMOS برای این تحلیل استفاده شده است. نتایج تحقیق نشان می دهد که با اطمینان 95 می توان ادعا کرد که کیفیت خدمات بر وفاداری مشتری تاثیر مثبت و معناداری دارد (فرضیه اول)، کیفیت خدمات بر سهم مشتری تاثیر مثبت و معناداری ندارد (فرضیه دوم)، وفاداری مشتری بر سهم مشتری تاثیر مثبت و معناداری دارد (فرضیه سوم)، رابطه میزان تاثیر کیفیت خدمات بر وفاداری مشتری در مراحل مختلف چرخه عمر متفاوت نمی باشد (فرضیه چهارم) و رابطه میزان تاثیر کیفیت خدمات بر سهم مشتری در مراحل مختلف چرخه عمر متفاوت است (فرضیه پنجم).

## کلمات کلیدی:

کیفیت خدمات، وفاداری مشتری، سهم و چرخه عمر رابطه مشتری

## لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/757115>

